

ORGANIZACJA I TECHNIKA WYSTAWIANIA

DR. EDMUND PIECHOCKI

NAKŁADEM P.W.K. 1929.

2

ORGANIZACJA I TECHNIKA WYSTAWIANIA

DR. EDMUND PIECHOCKI
DYR. DLA SPRAW PRZEMYSŁU POWSZECHNEJ WYSTAWY KRAJOWEJ

ORGANIZACJA I TECHNIKA WYSTAWIANIA

POWSZECHNA WYSTAWA KRAJOWA
ROK 1929.

KLISZE I DRUK WYKONANO W DRUKARNI ŚW. WOJCIECHA W POZNANIU

Do Wystawców!

Wielki rozkwit wystaw i rozwój techniki wystawowej wiążą się ściśle z rozwojem nowoczesnego życia społecznego. W wysiłku społeczeństw nad wzbogaceniem kultury i gospodarstwa wystawy są jednocześnie zobrazowaniem osiągniętych wyników i bodźcem do dalszej twórczej pracy. Są one bilansem z pewnego okresu produkcji kulturalnej i gospodarczej, przedstawiają społeczny dobrobyt, określają jego wartość oraz dają podstawę do dalszej planowej i racjonalnej pracy społeczeństwa.

Każdy naród musi co jakiś czas dokonywać przeglądów, aby wiedział, czem jest, aby znał swoją gospodarczą i kulturalną siłę i umiał kierować własnem życiem ku coraz doskonalszym formom rozwoju.

Powszechna Wystawa Krajowa ma być takim bilansem twórczości kulturalnej oraz wytwórczości gospodarczej polskiego społeczeństwa z dziesięciolecia niezależnego bytu państwowego. W ciągu tego okresu odbudowy gospodarstwa, kultury i państwowości dokonaliśmy we wszystkich dziedzinach olbrzymiej pracy. Odbudowaliśmy wiele dziedzin zaniedbanego przemysłu, zapoczątkowaliśmy inne. Przetrwaliśmy liczne kryzysy gospodarcze, które nie potrafiły odebrać nam wiary we własną żywotność gospodarczą i kulturalną.

Tej tężyzny świadectwem, dowodem naszych umiejętności i zdolności twórczych, wyrazem potęgi naszego gospodarstwa i kultury oraz państwowego znaczenia musi być Powszechna Wystawa Krajowa w Poznaniu w r. 1929.

W tym też celu Powszechna Wystawa Krajowa musi złączyć wszystkie siły twórcze, które się przyczyniły do odbudowy naszego gospodarstwa.

Od wyników tego pierwszego bilansu narodowego zależeć będzie owocność dalszej naszej pracy. On wskaże braki i drogi rozwoju, on wskaże również środki. Całe gospodarcze i kulturalne życie powinno więc być zobrazowane dokładnie.

Nie może zabraknąć na Powszechnej Wystawie Krajowej niczego, coby świadczyć mogło o naszych umiejętnościach i zdolnościach twórczych. Wszyscy muszą przyczynić się do tego, aby pierwsza polska Powszechna Wystawa Krajowa wypadła imponująco, świadcząc wobec nas samych i sąsiadów o naszej gospodarczej i kulturalnej dojrzałości. Powszechna Wystawa Krajowa musi godnie reprezentować trzydziestomiljonowe państwo i naród, posiadający dużą przeszłość gospodarczą i kulturalną, musi się stać potężnem narzędziem propagandy znaczenia gospodarczego Polski zagranicą.

Całe społeczeństwo polskie stoi wobec wielkiego zadania. To, co należy do organizatorów i kierownictwa Wystawy, zostało już dokonane, stworzone zostały podstawy organizacji i program Wystawy. **Ciężar odpowiedzialności za całość i rezultat tego ogólnonarodowego dzieła spada dziś w wielkim stopniu na tych, którzy bezpośrednio będą reprezentować swoją pracę i jej produkty, składające się na całość Powszechnej Wystawy Krajowej, t. j. na wystawców.**

Od samych wystawców, od ich entuzjazmu, od zrozumienia zarówno idei Powszechnej Wystawy Krajowej, jak i własnych korzyści, od ich pomysłowości i energji zależy w wielkim stopniu świetność Powszechnej Wystawy Krajowej.

Wystawca Powszechnej Wystawy Krajowej musi pamiętać o tem, że od jego właściwego udziału zależy wartość reprezentacyjna całej wystawy. Dlatego też koniecznością jest, aby zarówno dobór samych eksponatów, jak i forma ich wystawienia były na wysokości zadania. Stąd niezbędna jest dla wystawcy znajomość **techniki nowoczesnego wystawiennictwa.** Technikę tę studjowało kierownictwo wystawy na licznych wystawach zagranicznych i z zebranych doświadczeń korzysta. Przytem w związku z organizowaniem Powszechnej Wystawy Krajowej w Poznaniu powstało wiele zupełnie nowych sposobów, nieznanych wystawiennictwu zagranicznemu. Zapoznaniu wystawców z nowoczesnemi sposobami wystawiania służy właśnie praca niniejsza.

I. Cel i znaczenie Powszechnej Wystawy Krajowej.

Celem każdej wystawy jest zobrazowanie i unaocznienie całego lub części dobrobytu i bogactwa narodowego. W zależności od zakresu kultury i gospodarstwa, jaki obrazują wystawy, dzielą się one na powszechne i specjalne; w zależności od tego, czy przedstawiają kulturę jednego narodu, czy wielu narodów, dzielą się na krajowe i międzynarodowe, a w zależności od czasu trwania — na stałe i przejściowe.

Powszechna Wystawa Krajowa obejmuje pokazy wszystkich dziedzin kultury i gospodarstwa, wszelkie przedmioty, które człowiek wytwarza: zarówno dobra materjalne, jak i duchowe. Podstawową jej ideą jest zobrazowanie kulturalnej i gospodarczej produkcji kraju. Stąd więc dopuszczone do niej mogą być tylko eksponaty krajowe; produkty zagraniczne są z niej wykluczone.

Obok wystaw są liczne rodzaje pokazów publicznych, posiadające pewne podobieństwo z nimi, a jednak różniące się zasadniczo. Wymienimy tu muzeum, wystawy okienne i targi.

Muzeum jest stałą wystawą przedmiotów, służącą przedewszystkiem celom dydaktyczno-kulturalnym. Grupuje ono bądź przedmioty z różnych dziedzin kultury, rozklasyfikowane według krajów, bądź też przedmioty jednej dziedziny. Może być poświęcone zbiorom ludoznawczym (muzeum ludoznawcze), przyrodniczym (muzeum przyrodnicze) i innym. Jakiekolwiek jednak zbiory posiada, służy ono zawsze nauce i kulturze, służy ich popularyzacji wśród szerokich mas. Muzeom nie obce są wprawdzie cele gospodarcze (muzea przemysłowe, pocztowe i t. p.), lecz mają one wówczas znaczenie raczej historyczne jako pokazy ciekawych zbiorów z dawniejszych lat, zachowane dla pamięci potomnych.

Wręcz krańcowem przeciwieństwem muzeum jest wystawa okienna, urządzona przez zapobiegliwego kupca dla celów reklamowych. Cechą jej jest reklama, propa-

ganda pewnych artykułów, a przedewszystkiem krótkotrwałość i zmienność, której wymagają upodobania, nastroje, mody i pory roku. Wystawa okienna wyrasta z pulsującej życiem teraźniejszości. Najwyższa i najestetyczniejsza forma wystawy okiennej może być z pewnemi zastrzeżeniami przykładem pojedyńczego stoiska na wystawie.

Targi. Targi różnią się bardzo od wystawy. Poza odmiennością historycznego pochodzenia targów i wystaw obecne różnice polegają na zasadniczem pojęciu targów jako rynku dla transakcji, a wystaw jako pokazów reprezentacyjnych i dydaktycznych, których cele utylitarne są niemniej ważne, lecz obliczone na dalszą metę. Targi można przyrównać do składu, w którym kupiec sprzedaje swój towar, z tą różnicą, że sprzedającym na targach jest producent, a kupującym kupiec, a nie bezpośredni konsument. Targi dają kupiectwu okazję oglądania przelicznych próbek i wzorów, pozwalają obserwować rozmaite nowości. One zbliżają producenta i kupca i umożliwiają kupiectwu studjowanie różnic w jakości i cenach produktów. Na targach kupiec zaspakaja swoje potrzeby na cały sezon lub cały rok. Zadania targów są handlowe.

Wystawy. Wystawa zasadniczo różni się od targów. Jej celem nie jest tylko zbliżenie producenta i kupca, lecz zbliżenie wszystkich czynników gospodarczego i kulturalnego życia, celem podniesienia ogólnego poziomu kultury i gospodarstwa, produkcji i konsumcji.

Z tych różnic między targami a wystawą wynikają odmienności w sposobach wystawiania na targach i wystawach. Na targach formy pokazów mają na celu względy praktyczne i reklamowe, często z krzywdą dla estetyki i zewnętrznego wyglądu. Tymczasem wystawy muszą odpowiadać wysokim wymaganiom artystycznym, aby spełniły zadanie kształcenia publiczności i reprezentacji.

Stały i postępujący rozwój wystaw, jak również wzrastające zainteresowanie i udział rządów znajdują swe wyjaśnienie w realnem, gospodarczem i kulturalnem znaczeniu wystaw, głęboko sięgających swemi skutkami w życie społeczeństw. Kilkowiekowe doświadczenie wykazało, czem są wystawy dla rozwoju cywilizowanego świata i jak ogromny wywierają wpływ na gospodarcze i kulturalne życie kraju i miasta, które je urządzają.

Wystawa wychowuje człowieka, rozwija w nim wszelkie kulturalne zainteresowania, pragnienie wiedzy i zrozumienie pożytku stosowania nauki do praktycznego życia. Przenika ona we wszystkie potrzeby codziennego życia, rozwija smak publiczności, słowem kształtuje styl całego życia szerokich rzesz społeczeństwa.

Wystawy są drogą do demokratyzacji kultury. Obok podziwu dla dzieł ludzkiego genjuszu rozwijają zrozumienie ważności zbiorowego wysiłku, zrozumienie faktu, że kultura i gospodarstwo nie są dziełem jednostek, ale zorganizowanego wysiłku społeczeństwa. Te wszystkie jednak kulturalne i gospodarcze skutki wystawy nie są w pełni widoczne natychmiast po wystawie. Występują one najczęściej dopiero po dłuższym okresie czasu.

Cele Powszechnej Wystawy Krajowej.

Powszechna Wystawa Krajowa w Poznaniu, jako pierwsza wielka wystawa polska, ma wyjątkowe zadania i znaczenie.

Powszechna Wystawa Krajowa musi wzbudzić w narodzie zaufanie do własnych sił produkcyjnych i we własną gospodarczą wartość. Musi ona być czynnikiem podniesienia krajowej produkcji i rozwijania w narodzie jej poszanowania. Każdy żywotny naród musi posiadać wiarę we własne siły i własne zdolności twórcze. Zadaniem Powszechnej Wystawy Krajowej jest rozbudzić to zaufanie przez zobrazowanie całokształtu kultury i gospodarstwa narodowego, przez wykazanie zarówno ich wartości, jak stwierdzenia braków, któreby należało w przyszłości usunąć. Wszystkie dziedziny życia kulturalnego i gospodarczego muszą się znaleźć na Wystawie, muszą nam samym i obcym zaświadczyć o żywotności naszej produkcji rodzimej i muszą dodać bodźca do podniesienia tej produkcji w tych dziedzinach, w których jest ona na niskim bardzo poziomie, lub w których jesteśmy całkowicie zależni od importu zagranicznego. Tam zaś, gdzie posiadamy własną produkcję, ale technicznie i jakościowo niedoskonałą, Powszechna Wystawa Krajowa powinna naprowadzić nas na doskonalsze formy techniki i organizacji przemysłowej.

Pierwsza Wystawa Krajowa winna także rozbudzić w społeczeństwie ambicję ekspansji gospodarczej oraz wskazać tej ekspansji kierunki. Musi ona być czynnikiem ożywienia gospodarczego i kulturalnego życia, wzmożenia naszego eksportu i zacieśnienia węzłów gospodarczych z innemi narodami.

Nie można sobie wyobrazić współczesnego państwa jako zamkniętego w sobie organizmu, produkującego wyłącznie dla własnej konsumcji, rozwijającego kulturę dla własnego tylko użytku. Państwo współczesne bierze udział w zbiorowej pracy kulturalnej i ekonomicznej całego świata, od którego uzależnione jest jego własne życie kulturalne i gospodarcze. W granicach podziału pracy, wykraczającego daleko poza zamknięte życie jednego państwa, każde państwo o tyle posiada trwałe podstawy istnienia i rozwoju we współczesnym świecie, o ile wnosi do niego własną

twórczość i o ile posiada wyraźny i pełen światowego znaczenia kierunek ekspansji kulturalnej i gospodarczej.

Wzmożenie produkcji krajowej jest jednak w dużym stopniu zależne od skali konsumcji szerokich rzesz ludności. Dlatego też Powszechna Wystawa Krajowa musi być również środkiem podniesienia konsumcji krajowej, środkiem kształcenia upodobania i smaku konsumentów oraz rozwijania nowych potrzeb kulturalnych i gospodarczych.

Wreszcie powinna przyczynić się do zacieśnienia węzłów współdziałania i współpracy pomiędzy poszczególnymi wytwórcami oraz do rozbudzenia narodowej twórczej ambicji.

II. Organizacja działu przemysłowego na Powszechnej Wystawie Krajowej.

Zorganizowanie Wystawy jest rzeczą trudną i skomplikowaną. Wystawa bowiem musi obrazować całe życie gospodarcze i kulturalne, ujęte systematycznie w pewien porządek. Rozwiązanie tego zagadnienia stanowiło największą troskę i pracę organizatorów Wystawy. Wynikiem poważnych i długich studjów nad przystosowaniem formy i organizacji wystawy do realnych potrzeb życia jest podział wystawy na grupy i klasy przemysłowe według branż powiązanych logicznie w jedną całość. Zachowano przytem ogólnie przyjęty naukowy podział, dostosowując go jedynie do naszej rzeczywistości gospodarczej. Przewodnią ideą było uzmysłowienie produkcyjnej ciągłości różnych gałęzi przemysłu.

Zasady podziału wystawy przemysłu.

Cała produkcja przemysłowa została podzielona na 27 grup podstawowych, z których każda obejmuje całokształt produkcji z jednej dziedziny. Tą drogą uzyskano następujące grupy:

	Grupa	
1	VIII/XII.	— Górnictwo i hutnictwo.
2	IX.	— Przemysł naftowy.
3	X/XVI.	— Przemysł budowlany i mineralny.
4	XI.	— Przemysł szklany.
5	XIII.	— Przemysł metalowy.
6	XIV.	— Przemysł maszyn, narzędzi i aparatów.
7	XV.	— Przemysł środków przewozowych.
8	XVII.	— Przemysł elektrotechniczny.
9	XVIII.	— Przemysł spożywczy i przerobu produktów rolnych.
10	XIX.	— Przemysł chemiczny.
11	XX.	— Przemysł przerobu produktów zwierzęcych.

12 XXI. — Przemysł graficzny.
13 XXII. A. — Przemysł drzewny.
14 XXII. B. — Przemysł meblarski.
15 XXIII. — Przemysł włókienniczy.
16 XXIV. — Przemysł konfekcyjny.
17 XXV. A. — Przemysł papierniczy.
18 XXV. B. — Przemysł papierniczy-przetwórczy.
19 XXVI. A. — Przemysł galanteryjny.
20 XXVI. B. — Przemysł muzyczny.
21 XXVI. C. — Przemysł zabawkowy.
22 XXVII. A. — Handel.
23 XXVII. B. — Finanse.
24 XXVII. C. — Ubezpieczenia.
25 XXVIII. A. — Rzemiosło.
26 XXVIII. B. — Przemysł ludowy.
27 XXIX. — Uzdrowiska.

Poszczególne grupy podzielono na klasy, które w odpowiednich dziedzinach przemysłu przy uwzględnieniu techniki produkcyjnej dają się wyodrębnić.

Postulat branżowości.

Nie potrzeba zaznaczać, że branżowość na wystawie jest wymogiem systematyki przemysłu, wymogiem koniecznym, umożliwiającym przegląd wytwórczości krajowej według pewnych zasad.

Jako przykład podziału grupy na klasy przytoczyć można grupy VIII i XII lub XVIII. Grupy VIII—XII „Górnictwo i hutnictwo" dzielą się na klasy: 1) węgla, 2) żelaza i 3) cynku. Grupa XVIII „Przemysł spożywczy i przerób produktów rolnych" dzieli się na 15 następujących klas:

Klasa 1. — Młynarstwo, przetwory zbożowe i mączne.
Klasa 2. — Piekarstwo mechaniczne, pieczywo.
Klasa 3. — Cykorja, domieszki do kawy, kawa zbożowa i słodowa.
Klasa 4. — Cukrownictwo i rafinerja cukru.
Klasa 5. — Wyroby cukiernicze.
Klasa 6. — Wina i miody.
Klasa 7. — Likiery, konjaki i wódki gatunkowe.
Klasa 8. — Browarnictwo, słodownictwo, sztuczne wody mineralne.
Klasa 9. — Przemysł drożdżowy.
Klasa 10. — Ocet i musztarda.

Klasa 11. — Przemysł ziemniaczany.
Klasa 12. — Konserwy: a) owocowe i warzywne,
b) rybne,
c) mięsne.
Klasa 13. — Tłuszcze i oleje.
Klasa 14. — Serowarstwo.
Klasa 15. — Chłodnie przemysłu spożywczego.

Celowe i logiczne rozmieszczenie oraz powiązanie grup.

Inna doniosła zasada organizacji Powszechnej Wystawy Krajowej polega na celowem i logicznem rozmieszczeniu i powiązaniu poszczególnych grup i klas. Według niej każdy dział następny winien w swem rozlokowaniu przestrzennem niejako wynikać dla widza z działu poprzednio widzianego, winien go logicznie i gospodarczo dopełniać, winien dawać początek dalszej grupie.

Zgodnie z tą zasadą zostało ustalone kolejne rozmieszczenie pokrewnych ze sobą i zazębiających się branż, przyczem poważną rolę odgrywały warunki lokalne w pawilonach. Wynikający stąd porządek rozmieszczenia np. na terenach Targów Poznańskich jest następujący: górnictwo i hutnictwo, ciężki przemysł metalowy, przemysł maszyn, narzędzi i aparatów, przemysł elektrotechniczny, który łączy się z grupą przemysłu chemicznego.

Klasyczny przykład przemyślanego i planowego rozkładu grup daje teren wystawy t. zw. łazarski. Podzielony on został na 2 części: rolniczą i spożywczą.

Na granicy między rolnictwem i przemysłem celowo umieszczono przemysł maszyn rolniczych, w którego sąsiedztwie znajdzie się przemysł przerobu produktów rolnych t. j. młynarstwo, następnie piekarstwo, a w dalszym ciągu drożdżownictwo. Jak wynika z takiego rozlokowania, powiązane gałęzie przemysłu tworzą łańcuch następujących po sobie etapów produkcji. Reszta hali przemysłu spożywczego zajęta jest przez klasy według przytoczonej już klasyfikacji.

Imponująco występuje na Powszechnej Wystawie Krajowej przemysł włókienniczy. Najbliższym sąsiadem jest jego bardzo poważny odbiorca i przetwórca, t. j. przemysł konfekcyjny. Następnie znajduje się przemysł konfekcji skórzanej (futra) jako część ogólnej grupy: „Przemysłu przerobu produktów zwierzęcych".

W niektórych wypadkach przeszkodą ugrupowania klasowego są trudności przeprowadzenia wyraźnej granicy między branżami, a więc np. wyroby dziane z jednej strony należą do grupy przemysłu konfekcyjnego, z drugiej zaś do włókienniczego; albo też jedwab sztuczny, który z punktu widzenia procesu produkcyj-

nego należy do grupy chemicznej, a jako wyrób włóknisty — do przemysłu włókienniczego. Zachodzą tego rodzaju zjawiska nieomal w każdym przemyśle i dlatego pogodzenie zasady firmowego udziału na wystawie z zasadą branżowości było jednem z największych zadań organizacji wystawy.

Możliwie logicznie dokonane zostało powiązanie poszczególnych działów i celowe rozmieszczenie grup i klas na całym terenie wystawowym. Do takiego układu zostały także dostosowane pawilony własne poszczególnych wystawców. Przedsiębiorstwa metalowe posiadają swoje pawilony przy halach przemysłu metalowego, przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego w sąsiedztwie ogólnego pawilonu przemysłu spożywczego i t. p.

Zarządy grup.

Celem racjonalnego przeprowadzenia planu konieczne jest wykorzystanie dla zamierzonych celów wszystkich powołanych i zainteresowanych sił ludzkich w najprostszy, twórczy, użyteczny i celowy sposób. To zaś wymaga sprawnego kierownictwa w zakresie prac poszczególnych grup. Te myśli przyświecały właśnie kierownictwu Powszechnej Wystawy Krajowej przy organizowaniu Zarządów Grup. Konieczność powołania do życia Zarządów Grup występuje dobitnie, o ile się uwzględni, że w wielu gałęziach przemysłu brak organizacji lub istnienie kilku organizacyj równorzędnych bez utworzenia Zarządu Grupy uniemożliwiałoby zorganizowanie jednolitej wystawy danej branży. Zarządy Grup jako przedstawicielstwo przemysłu, wyłonione z samych wystawców, są czynnikiem łagodzenia konkurencyjnych konfliktów.

Zarząd Grupy przemysłowej składa się z członków mianowanych przez Zarząd Powszechnej Wystawy Krajowej w porozumieniu ze związkami gospodarczemi lub inną reprezentacją danego działu gospodarczego; wybiera on ze swego grona Prezydjum, składające się z prezesa i wiceprezesa, oraz dokonuje podziału prac między członkami. Zarząd Grupy jest reprezentantem wszystkich wystawców danej grupy wobec Powszechnej Wystawy Krajowej. Do ważniejszych jego zadań należy dołożenie starań, aby na Wystawie reprezentowany był możliwie cały przemysł. Innemi obowiązkami są: kwalifikowanie eksponatów pod względem ich zdolności wystawowej, a przedewszystkiem ich krajowego pochodzenia, ujednolicenie wystaw poszczególnych wystawców w całość uporządkowaną i estetyczną z uwzględnieniem klasyfikacji grup i postulatów dekoracyjnych, dalej zorganizowanie t. zw. „ogólno-poglądowej wystawy“ danej branży, o której poniżej jeszcze będzie mowa, przedstawianie kandydatów na sędziów i rzeczoznawców do sądów konkursowych i t. d.

W grupach podzielonych na klasy utworzone zostały obok Zarządów Grup — Zarządy Klas.

Nie wynika stąd jednak, aby cały ciężar organizowania wystawy branży złożony został na Zarządy Grup. Przeciwnie, w zakresie wystawiania pozostawione jest wystawcom olbrzymie pole inicjatywy. Ich to zadaniem jest właśnie rozwinięcie pomysłowości i energji. Od nich w dużym stopniu zależy wygląd każdego stoiska, a w rezultacie i całej Wystawy. Zarządy grup i klas harmonizują wysiłki poszczególnych wystawców, nadają stoiskom jednolity charakter, czuwają nad techniczno-organizacyjnym i artystycznym poziomem wystaw, nie uszczuplając jednak osobistej inicjatywy, pomysłowości i umiejętności samych wystawców. Jednem z zadań Zarządów Grup jest właśnie zachęcenie ogółu swych wystawców do czynnego, pełnego zapału, a jednocześnie oryginalnego i umiejętnego urządzania własnych wystaw.

III. Formy udziału wystawców w Powszechnej Wystawie Krajowej.

Podobnie jak i inne dzieła ludzkiego umysłu, wystawy podlegają rozmaitym przemianom; zmienia się zarówno ich społeczno-gospodarcze znaczenie, jak i formy wystawiania. W zakresie wystawiennictwa powstawały coraz to lepsze drogi i sposoby osiągnięcia zamierzonych celów. Uczono się wystawiać tak samo, jak się człowiek uczy wielu innych rzeczy. Stopniowo powstała cała wiedza wystawowa jaką obecnie rozporządzamy. Nowe formy i technika wystawiania rozwinęły się w związku z rozległością stosunków nowoczesnych społeczeństw z jednej strony oraz postępem wynalazków i techniki z drugiej.

Wszystkie zdobycze wiedzy wystawowej zostały uwzględnione przy organizowaniu Powszechnej Wystawy Krajowej; ponadto zostały uzupełnione i zmodyfikowane odpowiednio do realnych potrzeb naszego życia gospodarczego i jego organizacji. Wynikło stąd kilka zasadniczych form, w jakich występują wystawcy na Powszechnej Wystawie Krajowej:

1) Wystawa indywidualna (firmowa),
2) Wystawa indywidualna połączona ze sprzedażą,
3) Wystawa wspólna kilku wystawców tej samej branży,
4) Wystawa związkowa,
5) Wystawa ogólno-poglądowa (reprezentacyjna) grupy.

Wystawa indywidualna.

Wystawa indywidualna polega na tem, że wystawcy według własnej pomysłowości i umiejętności urządzają eksponaty w obrębie swego stoiska w ogólnym pawilonie wystawowym danej branży. W urządzaniu tych wystaw wystawcy współzawodniczą ze sobą, pragnąc przedstawić jaknajlepsze eksponaty w jaknajlepszej formie. Wystawa firmowa jest jednocześnie doskonałym środkiem reklamy firmy wystawiającej.

Wystawa indywidualna, połączona ze sprzedażą, występuje zasadniczo w dwojakiej formie: Wystawa indywidualna połączona ze sprzedażą produktów

I-o. Jeśli wystawca na swojem stoisku w pawilonie ogólnym urządza uruchomiony pokaz produkcji, której wytwór gotowy do użycia czy spożycia staje przed oczami publiczności, wówczas wystawca może wyprodukowany na miejscu towar wyłożyć do sprzedaży, aby zaspokoić do reszty ciekawość zwiedzających. Sprzedaż ta ma jednak znaczenie nie tyle zarobkowe, ile reklamowe. Na Powszechnej Wystawie Krajowej zastosowano tę kombinowaną formę wyłącznie w dziale przemysłu spożywczego ze względu na charakter konsumcyjny eksponatów.

II-o. W dziedzinie produktów, zwłaszcza spożywczych, których zalety nie dają się poznać wzrokowo, lecz dopiero przez ich spożycie, konieczne jest udostępnienie publiczności nabycia tych produktów. Sprzedaż jednak, za wyjątkiem wypadku ad 1) w pawilonach wystawowych jest zakazana wzorem wszystkich poważnych wystaw, dbających o porządek i estetyczny wygląd w halach wystawowych. Trudność ta została w ten sposób rozwiązana, że wystawcy, pragnący jednocześnie sprzedawać swoje towary, urządzają wystawę we własnych pawilonach firmowych, które są rozdzielone wyraźnie na dwie części: wystawową i sprzedażną. Wypadki takie na Powszechnej Wystawie Krajowej będą dosyć liczne.

Wystawy wspólne kilku firm jednobranżowych są rezultatem porozumienia poszczególnych przedsiębiorstw tej samej branży. Wystawiając osobno, powtarzałyby one często te same eksponaty. Urządzając wystawę wspólną, unikają tego powtarzania, jak również zmniejszają koszta związane z wystawą. Na Powszechnej Wystawie Krajowej tego rodzaju wystawę organizuje np. przemysł ziemniaczany. Wystawa wspólna kilku wystawców

O ile w zakresie jakiejś gałęzi przemysłu istnieje związek przedsiębiorstw, wtedy często pod własną firmą urządza on wystawę danej branży. Obok eksponatów reprezentowanego przemysłu związek zajmuje się wtedy zobrazowaniem historji i obecnego stanu gałęzi przemysłu przy pomocy zestawień statystycznych, wykresów czy grafikonów. W ten sam sposób przedstawić może swoją siłę, rozwój i własne zasługi około rozkwitu danej gałęzi produkcji. Powszechna Wystawa Krajowa zawiera cały szereg podobnych wystaw związkowych, które oczywiście są możliwe tylko w przemysłach posiadających silną organizację zawodową. Wystawa związkowa

Za wyjątkiem wystaw związkowych, wszystkie inne nie dają obrazu całości danej gałęzi przemysłowej. Suma wystaw indywidualnych i ich odmian nie jest Wystawa ogólno-poglądowa.

jeszcze kompletnem przedstawieniem całokształtu grupy, choćby z tej prostej przyczyny, że nigdy na żadnej wystawie nie występują wszystkie przedsiębiorstwa, a tylko mniejsza lub większa ich część. Ponadto z charakteru wystaw indywidualnych wynika, że uwzględniają one tylko interesy i zagadnienia bezpośrednio ich dotyczące. Jest jednak poza sferą zainteresowań jednostkowych przedsiębiorstw cały splot zagadnień i interesów zbiorowych, które w interesie społecznym nie powinny być pominięte na Wystawie. Tym interesom mają służyć t. zw. wystawy ogólno-poglądowe grup. Ich pierwszem zadaniem programowem jest realizacja zasadniczej idei całej Powszechnej Wystawy Krajowej, t. j. wykazanie dziesięcioletniego naszego dorobku. Jaki był stan danej gałęzi przemysłu w chwili odrodzenia Państwa Polskiego, jakie koleje przechodził jej rozwój i jaki jest jej stan obecny, to są właśnie zadania postawione wystawom ogólno-poglądowym. Poza tem winny one uwzględniać wszystkie sprawy ogólnego znaczenia, a więc sprawy organizacyjne, zagadnienia produkcji i konsumcji, propagandę wzrostu konsumcji, wykazanie znaczenia danej gałęzi przemysłu w życiu gospodarczem, obronę interesów zbiorowych i tyle innych żywotnych kwestyj specjalnych dla każdej dziedziny przemysłowej. Cel wystawy ogólno-poglądowej jest więc dwojaki: propagandowy i naukowo-dydaktyczny. Środki i sposoby urządzenia wystaw ogólnych obmyślają Zarządy Grup. Wystawy te będą na Powszechnej Wystawie Krajowej ozdobą grup przemysłowych.

IV. Technika wystawiania.

Po zapoznaniu się z organizacją Powszechnej Wystawy Krajowej i wszystkiemi zasadniczemi formami udziału wystawców przechodzimy do jej strony technicznej, najważniejszej, gdyż warunkującej bezpośrednio powodzenie i dobrą sławę wystawy.

Nowoczesne wystawiennictwo opiera się na najnowszych zdobyczach techniki oraz psychologji stosowanej, które są podstawą dzisiejszej propagandy, a szczególnie reklamy.

Pierwszem zagadnieniem techniki wystawiania jest problem wyboru eksponatu.

Problem wyboru eksponatu.

Zadaniem wystawy jest zobrazowanie całokształtu kultury i gospodarstwa narodowego w rzeczywistym ich stanie. **Wystawa nie może być zbiorem kurjozów i nadzwyczajności, lecz przedstawiać winna normalną produkcję.** Unikać należy nawet pozorów, że jakiś wystawca wysilił swoją pomysłowość na wyrób nierealny, t. j. taki, którego normalnie nie wyrabia lub wyrabiać nie zamierza. Przedmioty takie nie mogą być uwzględniane przy ubieganiu się o odznaczenia Wystawy. Natomiast wykazanie możliwości produkcyjnych danego warsztatu jest w wysokim stopniu pożądane.

Nasza cała produkcja obliczona jest w pierwszym rzędzie na konsumcję krajową. Wobec zubożenia ludności przez wojnę i powojenne kryzysy gospodarcze wymagania jej były bardzo skromne, z czem się przemysł i inne gałęzie wytwórczości liczyć musiały i dlatego często nie mogły rozwinąć maksymalnej zdolności produkcyjnej. Ze wzrostem dobrobytu szerszych sfer i ustabilizowaniem warunków gospodarczych powiększają się znacznie wymagania i gust sfer konsumujących. Stąd też i produkcja krajowa musi podnieść jakość produktów i wprowadzić nowości wywołane postępem nowoczesnej techniki, choćby dlatego,

by mogła wytrzymywać skutecznie konkurencję zagraniczną. Wystawca musi więc o ile możności wykazać na Powszechnej Wystawie Krajowej maksymalną zdolność produkcyjną swego warsztatu.

Zasady urządzenia wystawy.

Przystępując do urządzenia własnej wystawy, wystawca musi pamiętać o tem, że nie dość dobrać jaknajlepsze eksponaty, ale trzeba je wystawić w taki sposób, aby wywarły na widzu jaknajlepszy efekt, aby przemówiły do niego i nie pozwoliły o sobie zapomnieć. Dlatego też wystawca musi pamiętać o szeregu zasad urządzania wystawy. Zasady te dotyczą zastosowania plastyki, ruchu, światła i barwy w urządzaniu wystawy. W pierwszym rzędzie wystawca powinien się liczyć z tym faktem, że do publiczności należy przemówić zasadniczo za pośrednictwem wzroku.

Wzrok jest tym zmysłem u zwiedzającego, do którego musi być przystosowana forma wystawy. Zwrócenie uwagi publiczności polega przedewszystkiem na przyciągnięciu wzroku widza. Słowo drukowane, odczyt lub informacje stanowią środki pomocnicze. Stąd też wynika pierwsza zasada techniki wystawiania — zasada plastyczności i przejrzystego rozmieszczenia.

Zasady plastyczności i przejrzystego rozmieszczenia.

Według tej zasady każdy eksponat należy uwypuklić przez należyte umieszczenie, odpowiednie tło, przez właściwe oświetlenie i umiejętne wykorzystanie perspektywy. Eksponaty muszą być rozmieszczone przejrzyście. Wystawa potrzebuje bardzo wiele perspektywy, powietrza, światła. Tło widoczne pomiędzy eksponatami musi uwypuklać wystawiane przedmioty, musi nadawać im wyrazistość, nigdy jednak nie powinno nużyć oczu zwiedzającego. Oświetlenie musi być z właściwej strony skierowane na eksponaty: złe światło, niepotrzebne cienie zaciemniają przedmioty i często je zniekształcają. Przy rozmieszczeniu eksponatów należy się liczyć z tem, aby wszystkie jednocześnie mogły być jaknajlepiej oświetlone, aby oświetlenie jednego eksponatu nie zaciemniało innych. Zwiedzający powinien być oczarowany całością wystawy oraz wystawami poszczególnemi. Pamiętać przytem należy, że wystawy powinny być urządzone w taki sposób, aby zwiedzający mógł oglądać eksponaty bez specjalnego wysiłku. Przedmioty nie mogą być umieszczone, ani zbyt wysoko, ani zbyt nisko, lecz na poziomie wzroku widza. Wystawa nie może obejmować wielu drobiazgów jednego typu, raczej jeden symboliczny większy eksponat, niż liczne, nierzucające się w oczy. Całość wystawy należy zbudować według jednego koncentrującego punktu, którym powinien być zasadniczy eksponat, umieszczony w środku stoiska. Należy więc stosować tak zwane ośrodkowe, architektoniczne rozwiązanie stoiska i o ile możności unikać przyściennego dekorowania stoisk.

Wystawa ma być wyrazem produkcji danego przedsiębiorstwa, przedstawionej w wykwintnej formie, to też drugą zasadą wystawiania jest zasada estetycznego wyglądu. Według tej zasady zarówno sam eksponat, jak i przyozdobienie całości stoiska powinny działać na poczucie piękna zwiedzającej publiczności i pozostawiać estetyczne wrażenie. Od gustu wystawcy zależy artystyczny poziom dekoracji przyczem jednak pamiętać należy, że dekoracje poszczególnych stoisk wymagają pewnego uzgodnienia z ogólnym planem dekoracji pawilonów, w przeciwnym razie różnorodność stoisk doprowadziłaby do zupełnego znużenia zwiedzającej publiczności i zniechęcenia jej do uważnego przeglądania całych pawilonów. Zasada estetycznego wyglądu

Koniecznością jest sharmonizowanie wyglądu stoisk w obrębie każdej grupy. W tym celu każda grupa posiada rzeczoznawcę artystycznego, któremu każdy wystawca zobowiązany jest przedłożyć projekt swego stoiska. Zarząd Grupy łącznie z rzeczoznawcą uzgadnia charakter dekoracyjny całości danej wystawy i poszczególnych stoisk.

Ustanowiony rzeczoznawca, działający w ścisłem porozumieniu z Zarządem Grupy, jest w stałym kontakcie z Komisją Artystyczną Powszechnej Wystawy Krajowej, do której ostatecznie należy aprobata planów dekoracji.

Zarządy poszczególnych grup, w pierwszym zaś rzędzie ich doradcy artystyczni, powinni porozumieć się z Komisją Artystyczną i ująć podstawy urządzenia stoisk na tle ogólnego planu perspektywicznego wnętrza całej grupy, zakreślonego przez artystycznych doradców. Generalny rzeczoznawca musi przedstawić do akceptacji Komisji Artystycznej własny projekt zespołu stoisk lub całej hali oraz plan jednolitego stylu wystawy grupy i jej dekoracji, stworzony na podstawie nadesłanych do niego przez wystawców szkiców stoisk.

Na specjalną uwagę zasługuje ustalenie wysokości ścian działkowych pomiędzy stoiskami środkowemi, jak i stoiskami przyściennemi. Należałoby stoiska raczej wytwarzać ze środowiska rzutu, opierając eksponaty nie na ścianach działkowych, lecz o przyścienie wewnętrzne w gablotkach, piramidach i t. p. Postawienie ścian działkowych jest w zasadzie niepożądane, ponieważ parawany takie uniemożliwiają otworzenie szerszego widoku na wystawę danej grupy i uzyskanie odpowiedniej perspektywy.

Ustanowienie rzeczoznawców grupowych winno w każdej mierze ułatwić wystawcom rozwiązanie sprawy dekoracji ich stoisk. Rzeczoznawca może na życzenie wystawców wykonywać projekty dekoracji stoisk.

Odnośnie do dekoracji stoiska istnieje szereg zasad. Jedną z najważniejszych jest sprawa skupienia uwagi i wzroku widza. W zastosowaniu do dekoracji Zasada skupienia uwagi.

stoisk polega ona na tem, że dekoracje nie powinny zbytnio i niepotrzebnie rozpraszać uwagi zwiedzającego, lecz muszą być logicznie związane z wystawą. Każdy dział wystawy winien mieć dekoracje o jednym zasadniczym stylu przystosowanym do charakteru eksponatu. Tak więc np. dla wystaw metalowych najstosowniejszy jest w dekoracjach konstruktywizm, dla włókienniczych — kubizm. Dobór materjału dekoracyjnego nie jest również dowolny. Dekoracja powinna być prosta, a przytem wykwintna. Należy natomiast unikać przeładowywania stoiska dekoracjami o motywach niemających nic wspólnego z eksponatami.

Uwypuklenie użyteczności eksponatu.

W interesie całej wystawy, jak również poszczególnych wystawców leży nietylko zwrócenie uwagi zwiedzającego i zainteresowanie go. Kierownictwo Wystawy oraz wystawcy muszą w taki sposób organizować wystawy poszczególne, aby one nietylko interesowały, lecz również utrwalały się w pamięci zwiedzającego. Wielka ilość eksponatów znajdujących się na poszczególnych stoiskach łatwo wywołuje wrażenie chaosu i nie pozostawia głębszego śladu w umyśle zwiedzającego. Kierownictwo Wystawy oraz wystawcy muszą więc ułatwiać widzowi porządkowanie i systematyzowanie w umyśle obrazów wystawy. Utrwaleniu poznanych przedmiotów w pamięci służy taki sposób wystawiania, który daje zwiedzającemu pojęcie o wartości widzianego przedmiotu. Zwiedzający powinien widzieć cel eksponowanego przedmiotu, rozumieć jego zastosowanie życiowe oraz jego związek z innemi przedmiotami. Wystawca musi uwypuklić użyteczność eksponatu i przedstawić ją symbolicznie.

Stosowanie wymienionych zasad techniki wystawiania jest niezbędne zarówno z punktu widzenia możliwie najlepszego zobrazowania całokształtu gospodarstwa, jak i kształcących wartości wystawy oraz najskuteczniejszego zareklamowania własnego przedsiębiorstwa.

V. Ruch, światło i barwa.

Niezwykle pożyteczne przy urządzaniu wystawy jest zastosowanie ruchu, ponieważ ruch przykuwa uwagę zwiedzającego, jak również umożliwia często bliższe zaznajomienie widza z przebiegiem produkcji. Wiadomo, jak wielką przyciągającą siłę posiada wszelka oryginalna reklama ruchowa. Z różnych form zastosowania ruchu do techniki wystawiania wymienimy najgłówniejsze.

Rzeczywisty pokaz produkcji.

Jedną z najważniejszych form eksponatów ruchowych jest rzeczywisty pokaz produkcji przy pomocy uruchomionych maszyn. Można np. wystawić pokaz produkcji tkanin. Tego rodzaju eksponat ma dwojaki cel: 1) skłonienie publiczności do uważniejszego oglądania stoiska. Jest bowiem faktem ogólnie znanym, że wszelkie wystawy, choćby okienne, zaopatrzone w ruchome mechanizmy wykazują magnetyczną siłę przyciągania przechodniów; 2) zapoznanie publiczności z fabrykacją i jej skomplikowanemi przyrządami. Przy rzeczywistym pokazie produkcji przez maszyny widz zapoznaje się również z wydajnością produkcji, której maksymalna wielkość stanowi nierzadko wielką atrakcję. Ten rodzaj eksponatów stosowany jest bardzo często na zagranicznych wystawach, o ile tylko eksponaty do tego się nadają. Wystawiane są: masowa fabrykacja papierosów, uruchomiony warsztat kilimkarski, piekarnie mechaniczne w ruchu i t. p. Na jednej z wystaw wybudowano np. przesącznik wieży wodociągowej, filtrujący wodę.

Uruchomione maszyny.

W niektórych dziedzinach przemysłu niemożliwe jest przedstawienie procesu produkcji ze względu na to, że jest on bardzo skomplikowany i wymaga mechanicznego działania jednocześnie kilku wielkich maszyn. Z tych też powodów wystawiane są często uruchomione maszyny, jednak bez produkcji. Mimo to są one daleko lepszym eksponatem, aniżeli maszyny nieczynne.

Modele ruchome.

W razie gdy niemożliwe jest wystawianie zarówno rzeczywistego pokazu produkcji, jak i maszyn uruchomionych, pożądane jest wystawianie miniaturowych modeli

3*

ruchomych. W ten sposób bywają wystawiane modele kolejki, lokomobil, urządzeń fabrycznych i t. p. Przy wystawianiu tego typu eksponatów nie chodzi tylko o dostarczenie zwiedzającemu rozrywki, ani też wyłącznie o przyciągnięcie jego uwagi, lecz o faktyczne przedstawienie realnych objektów w miniaturowej formie. Model ruchomy może mieć na celu albo przedstawienie produkcji (sposób fabrykowania) albo przedstawienie samej maszyny. W pierwszym wypadku eksponatem jest sposób produkcji, a w drugim maszyna. Miniaturowe modele ruchome, będące przedstawieniem maszyny, a nie produkcji, muszą być precyzyjnie wykończone, aby widz przez poznanie modelu maszyny w ruchu zapoznał się z samą maszyną i jej funkcjonowaniem. W przeciwnym razie model traci swą dydaktyczną, a w dużym stopniu i reklamową wartość.

Ruch w eksponatach statystycznych.

Na specjalną uwagę zasługuje zastosowanie ruchu przy eksponowaniu wykresów, zwłaszcza tych, których zadaniem jest właśnie zobrazowanie zmienności i ruchu. Można np. zilustrować bardzo oryginalnie rozpowszechnianie wiadomości lub całe tabele statystyczne przy pomocy zmiennego barwnego ruchu światła w rurkach elektrycznych. Jest to bardziej nowoczesne, aniżeli uzmysłowienie danych statystycznych przy pomocy rycin.

Ruch światła.

Odmienne, lecz również bardzo skuteczne zastosowanie znajduje światło na wystawie w formie pokazów świetlnych światłocieni, zmiennych kolorowych lampek, a przedewszystkiem w formie t. zw. rurek neonowych. Rurki te zawierają mieszaninę specjalnych gazów, wśród których najważniejszym jest gaz neon. Pod wpływem prądu elektrycznego zapełniają się one jednolitem, białem lub też różnobarwnem i bardzo intensywnem światłem. Odpowiednio pozginane mogą przybrać najróżnorodniejsze kształty np. liter, rysunków i innych efektów. Efekty świetlne należą do najnowszych oraz najciekawszych zdobyczy techniki i znajdują obecnie coraz powszechniejsze zastosowanie na wystawach. Wymagają one jednak przemyślenia i bardzo umiejętnego stosowania. Bowiem ilustracja świetlna, przejaskrawiona, szybko nuży wzrok widza, pozatem często skupia uwagę w fałszywym kierunku, nie na te szczegóły, o których uwypuklenie wystawcy chodziło. Pozatem należy zaznaczyć, że różne eksponaty wymagają różnej gry światła i cienia.

Pokazy filmowe.

Pokazy filmowe są tanim, a jednocześnie bardzo dobrym środkiem propagandy. Doskonale nadają się do zobrazowania procesu produkcji i urządzeń przedsiębiorstwa w najdrobniejszych szczegółach. Łączą one względy reklamowe z dydaktycznemi oraz z rozrywką publiczności.

Pożądane jest bardzo używanie diapozytywów. Oświetlone ze strony wewnętrznej, są one bardzo efektowne i przyciągają uwagę widza.

Olbrzymią rolę przy urządzeniu wystawy posiada należyte zastosowanie barwy. Ożywczy ton różnobarwności, zabijający jednostajność zimnego, szarego tła podnosi wartość wystawy. Koloryt nadać mogą eksponaty, ich opakowanie, tablice reklamowe i wykresy, dekoracja i tło stoiska lub polychromja pawilonu wystawowego. Zależnie od wystawionych eksponatów danej grupy należy poszczególne czynniki wzajemnie tak ustalić pod względem kolorystycznym, aby jaskrawość koloru nie wysuwała się poza granicę estetycznego wyglądu i nie raziła niemiłą pstrokacizną. Barwa.

Najmniej kłopotów sprawia eksponat rozwiązujący sam sprawę kolorystyki, jak np. konfekcja, której eksponaty, artystycznie ułożone, same przez się stanowią już dekorację stoisk i pawilonów. Bardzo poważną rolę kolorystyczną odgrywa także barwa opakowania. Świadczą o tem efektowne opakowania wytworów przemysłowych o znanej marce, wybijające się pod względem reklamowym na pierwsze miejsce.

Rzeczą artystycznego doradcy odnośnej grupy wystawy będzie projekty dekoracji wszystkich wystawców w danym pawilonie czy dziale uzgodnić, biorąc o ile możności pod uwagę życzenia poszczególnych wystawców, a następnie wprowadzić je do jednej wspólnej wytycznej co do koloru tła i sharmonizowaniu eksponatów z tłem wszystkich stoisk.

VI. Modele i eksponaty obrazowe.

Żaden wystawca nie jest w możności wystawić całego przedsiębiorstwa. Nie może on również wystawić szczegółowo wszystkich przedmiotów oraz właściwości swego przedsiębiorstwa, bez znajomości których zwiedzający nie może często wytworzyć sobie całkowitego wyobrażenia o przedsiębiorstwie, o jego rozmiarach i należycie je oszacować. Wystawcy mogą się więc posługiwać rycinami przedstawiającemi ich fabryki lub urządzenia. Na tle tych obrazków można umieścić różne eksponaty.

Modele

Dużą plastyczność posiadają modele kubiczne, przy pomocy których da się wiele szczegółów wyrazić Winny one być również przedstawione w pewnym związku bądźto z konkretnemi eksponatami, bądź też w związku z innemi modelami, tworząc z niemi harmonijną całość. Modele te mogą wyrażać najróżnorodniejsze przedmioty martwe, urządzenia oraz zwierzęta i ludzi. Ogromne znaczenie posiadają modele urządzeń. Powinny jednak posiadać **jak najbardziej reprezentacyjny charakter,** powinny być **doskonałej jakości oraz niezbyt liczne.**

Wśród eksponatów modeli rozróżnić możemy modele wyglądu zewnętrznego, przekroje poziome lub pionowe, przekroje kombinowane. Mogą one być wykonane z gipsu, drzewa, tektury i t. p.

Fotografje.

Powszechnie używane są fotografje, reprodukcje i obrazy oraz plany. Przedstawiają one zwiedzającym te przedmioty, których eksponować nie można, a więc gmachy i ich wnętrza, niektóre urządzenia i t. d. Dopełniając całość wystawy, fotografje oddają wielką usługę, nie może ich jednak być zbyt wiele, ponieważ szybko nużą. Fotografje i obrazy powinny mieć zastosowanie jedynie wtedy, gdy sam przedmiot, jak również jego model nie mogą być eksponowane. Uszeregowanie i rozmieszczenie fotografji musi się opierać na jakiejś logicznej zasadzie np. grupa fotografji tego samego gmachu zdjętego z różnych punktów, serja fotografji przed-

miotu w różnych stadjach jego rozwoju i t. p. Fotografje mogą być zgrupowane w gablotce, na jednej ścianie, w postaci wachlarza i t. p. Fotografje muszą być dostatecznej wielkości, aby mogły być wygodnie dostrzeżone. Powinny mieć również ujednolicony format.

Niejednokrotnie wystawca stara się o wykazanie wartości eksponatu, jego sposobu użycia, skutków użycia i t. p. Posługuje się wtedy obrazami i wskazówkami, pouczającemi zwiedzającego. W ten sposób np. browarnicy usiłują wykazać odżywczą wartość piwa, oznaczając procentowo jego składniki. Pokazy dydaktyczne.

Jakgdyby dopełnieniem pokazów dydaktycznych są pokazy doświadczalne. O ile pierwsze mówią o wartości eksponatów o tyle drugie ilustrują **sposoby badania** wartości eksponatu, np. badania wytrzymałości kleju, wytrwałości stali, szybkości obróbki i t. p. Pokazy doświadczalne.

Olbrzymie znaczenie dydaktyczne posiadają również wszelkie **pokazy procesów rozwojowych** jak np. pokaz przebiegu fermentacji, łączenia chemicznego, rozwoju biologicznego i t. p. Pokazy procesów rozwojowych.

VII. Eksponaty statystyczne.

Dużego znaczenia dla całości wystawy jest właściwe przedstawienie danych statystycznych. W tej dziedzinie szczególnie pamiętać należy o ogólnych zasadach techniki wystawiania.

We wszystkich sposobach przedstawiania danych statystycznych musi być konsekwentnie przeprowadzona idea, że eksponat tem większą posiada wartość wystawową, im jest plastyczniejszy i im żywiej przemawia do wyobraźni widza, oraz że pomiędzy formą uplastycznienia danych statystycznych a treścią tych danych zachodzić musi logiczny i przyczynowy związek.

Wystawianie danych statystycznych różnych dziedzin życia kulturalnego oparte być powinno na takich zasadach, któreby zapewniły jasność i przejrzystość eksponatów. Eksponaty te muszą być widoczne i muszą rzucać się w oczy zwiedzającej publiczności. Dlatego też wiele zagranicznych wystaw przyjęło zasadę unikania suchych diagramów, powszechnie stosowanych w dawnej statystyce, gdyż te nie zwracają uwagi publiczności. Dane statystyczne przedstawiać więc należy możliwie obrazowo i plastycznie. Eksponaty plastyczne mogą stanowić np.:

modele gmachów i t. p.,

modele urządzeń, maszyn i t. p. (w minjaturze),

zobrazowanie materjału statystycznego w postaci realnych przedmiotów np. lalek.

Przy eksponatach tych wykorzystać należy najnowsze zdobycze techniki.

Dane statystyczne można przedstawić i w postaci figur wypukłych, a więc np. malowany worek dla przedstawienia finansów, kołyska lub dziecko dla zobrazowania liczby urodzeń. Wykresy tak przedstawione, choć częściej powtarzane, zwykle wywołują duże zainteresowanie.

Wykresów przestrzennych w postaci kwadratów, prostokątów i t. p. należy zasadniczo mało stosować. W każdym razie należy je dużo urozmaicać różnego typu kolumnami, kołami i innemi figurami.

Przy wykresach kreskowych należy stosować jaskrawe i grube linje.

Wreszcie w wykresach kartograficznych należy unikać detalizowania, a dążyć do ujaskrawienia charakterystycznych danych statystycznych przez zastosowanie barw.

Bardzo ciekawym i nowoczesnym eksponatem są mapy ze zmiennemi punktami świetlnemi.

Jako zasadę przy wykonaniu statystycznych wykresów należy postawić jednolitość formy podstawowych elementów. Dlatego też dla zobrazowania np. wielkości produkcji cukru przyjąć należy albo głowę cukru albo worek cukru, lub inny przedmiot; nie można jednak produkcję jednego roku przedstawiać w postaci głowy cukru, a innego roku w postaci worka cukru, utrudniałoby to bowiem porównanie. Poza tem przy opracowaniu statystyk ważne jest uwzględnienie procentowości.

VIII. Reklama.

Wiadomo, że wystawy są doskonałym terenem reklamy handlowej. Wystawcy muszą znać psychologiczne zasady reklamy. Zadaniem reklamy jest zwrócenie uwagi, zainteresowanie widza, wzbudzenie do towaru zaufania oraz wywołanie chęci posiadania towaru.

Zwrócenie uwagi.

Zwrócenie uwagi na eksponowany towar odbywa się za pośrednictwem jakiejś atrakcji. Zachowane być muszą dwie zasady: że między atrakcją i towarem musi zachodzić przyczynowy związek oraz że atrakcja nie może usuwać na dalszy plan samego towaru. Zwrócenie uwagi w taki sposób, że obok towaru lub na towarze pokazuje się jakąś pospolitą zabawkę mechaniczną, a niezwiązaną z samym towarem, jest bezcelowe, ponieważ skupia uwagę widza na tej zabawce, a odciąga wzrok od towaru i nie odpowiada powadze wystaw. Najwłaściwszem przyciągnięciem uwagi widza na wystawie jest dekoracja urządzona z samych towarów. Musi ona być jednak artystycznie i harmonijnie ujęta. Wielka ilość dekoracyj, które nie wiążą się z towarem, rozprasza uwagę i mija się z celem. Tą drogą nie osiągamy skupienia uwagi, ale ją rozpraszamy. Bardzo pożytecznem jest jednak zastosowanie ruchu przy reklamie. Ruch zawsze przyciąga uwagę i zainteresowanie widza. Pożądane jest więc stosowanie wszelkich automatów poruszających towary oraz zastosowanie efektów świetlnych. Olbrzymie znaczenie dla reklamy posiada również barwa. Bardzo ważną rolę kolorystyczną odgrywa barwa opakowania. Ostatnie lata wytworzyły pod tym względem pewnego rodzaju kult, reklama kupiecka nabrała znaczenia, jej potęga, wzniecona artystycznemi pomysłami i nakładem finansowym skupia wielu ludzi świadomych zadania, jakie na nich nakłada trudne rozwiązanie problemu działania barwą na oko ludzkie.

Zainteresowanie towarem.

Koniecznością jest zainteresowanie widza eksponowanemi towarami, które można osiągnąć przy pomocy a) demonstrowania zastosowania i sposobów użycia,

które należy również ustnie wyjaśnić, b) rzucających się w oczy plakatów opisujących zwięźle, a treściwie i wyraźnie najważniejsze zalety towarów, c) rozdawania ilustrowanych katalogów i ulotek wielobarwnych, drukowanych na dobrym papierze, oraz stosownych próbek. Katalogi i ulotki niedbale drukowane, nieefektowne, odstręczają raczej publiczność. Tekst plakatu powinien posiadać elementy wyróżniające go, zwracające uwagę. Powinien on być krótki oraz dopełniony symbolicznym przekonywującym rysunkiem.

Prospekty, katalogi i ulotki muszą nietylko zwrócić uwagę na towar, lecz również wzbudzić do towaru zaufanie i chęć kupna. Treść takiej publikacji powinna więc uwydatnić możność zaspokojenia przeróżnych potrzeb ludzkich i poruszać bądź strony uczucia, bądź rozumu jako to: osobisty wygląd i piękność, zdrowie, bezpieczeństwo, wygodę, czystość, smak, gościnność, wydajność pracy, oszczędność pieniędzy, czasu, energji i materjału, naśladownictwo, ambicję, ciekawość, uczucia twórcze, sport, zabawę, humor i t. d.

Zaufanie do towaru.

Aby wzbudzić zaufanie do towaru należy wykazać, że towar posiada rzeczywiście przypisywane mu zalety oraz że cena odpowiada jakości. Przekonywającym dowodem tego dla szerokich warstw jest demonstracja zapomocą ogólnie zrozumiałych wykresów lub brył geometrycznych stopniowego wzrastania zbytu; również dobrze oddziałują dowody, że znane osoby i przedsiębiorstwa stale zamawiają dany towar. Jeżeli chodzi o towary, od których wymaga się dużej wytrzymałości np. środki lokomocji, materjały budowlane, skóry, częściowo wyroby włókiennicze i t. d., bezwzględne zaufanie wzbudza demonstracja wielkiego ich obciążenia, względnie wytrzymałości, przyczem zaleca się stosowanie zwykłych odważników zamiast kombinacji dźwigni, które mniej działają optycznie na nieobeznanych z prawami mechaniki. Ze względu na olbrzymią różnorodność towarów trudno o uniwersalną receptę na wzbudzenie zaufania, jednakże z dużą dozą prawdopodobieństwa można twierdzić, że najbardziej celowem jest oddziaływanie na skłonność ludzi do naśladowania; wiadomo powszechnie, że nowy, nieznany dotychczas towar trudno wprowadzić na rynek, natomiast po uzyskaniu pierwszych nabywców o dalszych jest już stosunkowo łatwo.

Reklama musi tak przekonywująco działać, aby zwiedzający zapragnął posiadać towar ze względu na jego dobroć, taniość lub nieodzowność.

Wymienione zasady skutecznej i celowej reklamy na wystawie wykazują wyraźnie, **że reklama oraz dydaktyczno-artystyczna i społeczna wartość wystawy nietylko się nie wykluczają, ale muszą posługiwać się w przeważnej**

mierze identycznemi środkami techniki wystawiania. Wykazało to bogate doświadczenie wystaw zagranicznych.

Napisy. Duże znaczenie dydaktyczne, reklamowe i artystyczne posiadają napisy zarówno na towarach, jak i na firmowej tablicy wystawcy. Napisy winny być estetyczne i jednolite. Rodzaj napisów należy przystosować do estetycznej całości wystawy. Styl napisów winien być zwięzły i dobitny. Ostatnio coraz powszechniej są stosowane oryginalne i efektowne napisy świetlne, lustrzane, lampkowe i t. p.

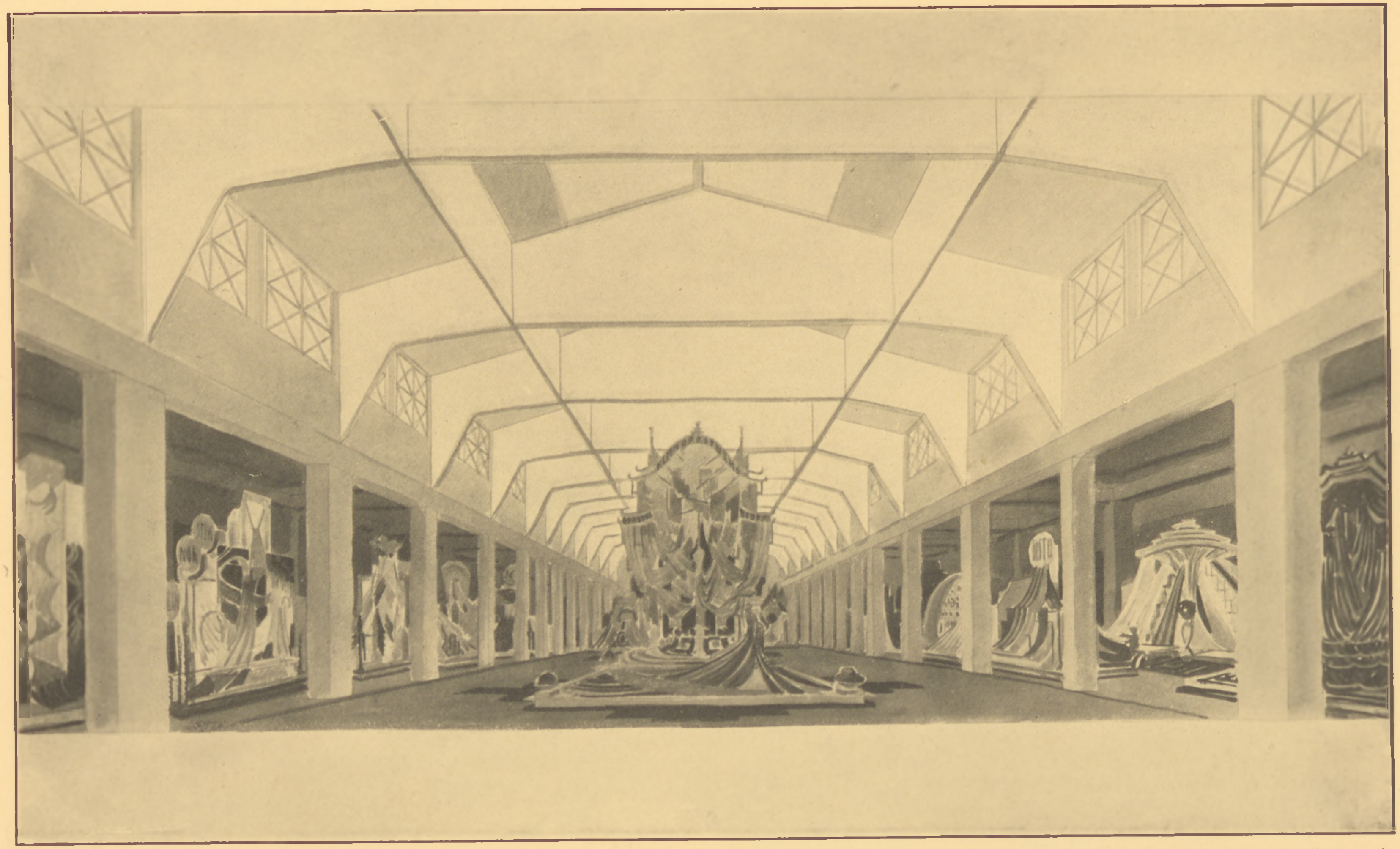
IX. Publikacje propagandowe i informatorzy.

Wystawę dopełniają informatorzy oraz publikacje. Nierzadko bez pomocy informatora, postawionego przez wystawcę, zrozumienie eksponatu byłoby trudne. Rolę informatorów pełnią w części publikacje, są one jednocześnie środkami reklamy i propagandy. Doświadczenia wykazują, że jedynie publikacje o dużej wartości artystycznej na dobrym papierze osiągają zamierzone skutki. Całkowicie mijają się z celem banalne ulotki.

Przy układaniu treści publikacyj należy pamiętać, że musi ona być zwięzła, zdobiona dobremi reprodukcjami i fotografjami, a nadewszystko musi dawać pożytek czytelnikowi. Wszelka publikacja propagandowa na wystawie musi posiadać duży poziom dydaktyczno-artystyczny.

Zasady wystawiania zebrane w tej pracy przedstawione zostały Zarządom Grup i Klas oraz na Zjeździe Prezesów Zarządów Grup i przez nich zaakceptowane.

Nr. 1.
Projekt dekoracji wnętrza pawilonu włókienniczego.



Projekt F-y Atelier, Sztuki Graficznej i Plastycznej – Poznań.

Dekoracja stoisk uskuteczniona została przy pomocy samych eksponatów i bardzo ładnie harmonizuje z ogólnym charakterem architektonicznym hali. Przez niepomieszczenie ścianek działowych boczne nawy zyskują na przejrzystości.

Nr. 2.

Projekt rozwiązania stoisk bocznych pawilonu włókienniczego.



Projekt F-y Atelier — Poznań.

Zasada kompozycji polega na usamodzielnieniu stoisk, które harmonijnie zestrajają się jedynie doborem kolorów i ogólnym charakterem. Pozioma linja z umieszczonemi na niej firmami nadaje całości bardzo urozmaicony wygląd.

Nr. 3.
Przemysł konfekcyjny.



Projekt F-y Atelier — Poznań.

Charakterystyczny przykład stoiska widzialnego ze wszystkich stron. Dekoracja jest żywa, bardzo interesująca, a przez zastosowanie artystycznie wykonanego manekina i przez efektowne udrapowanie materjału staje się doskonałą barwną reklamą, zwracającą na siebie powszechną uwagę.

Nr. 4

Nr. 4.
Konfekcja dziana.

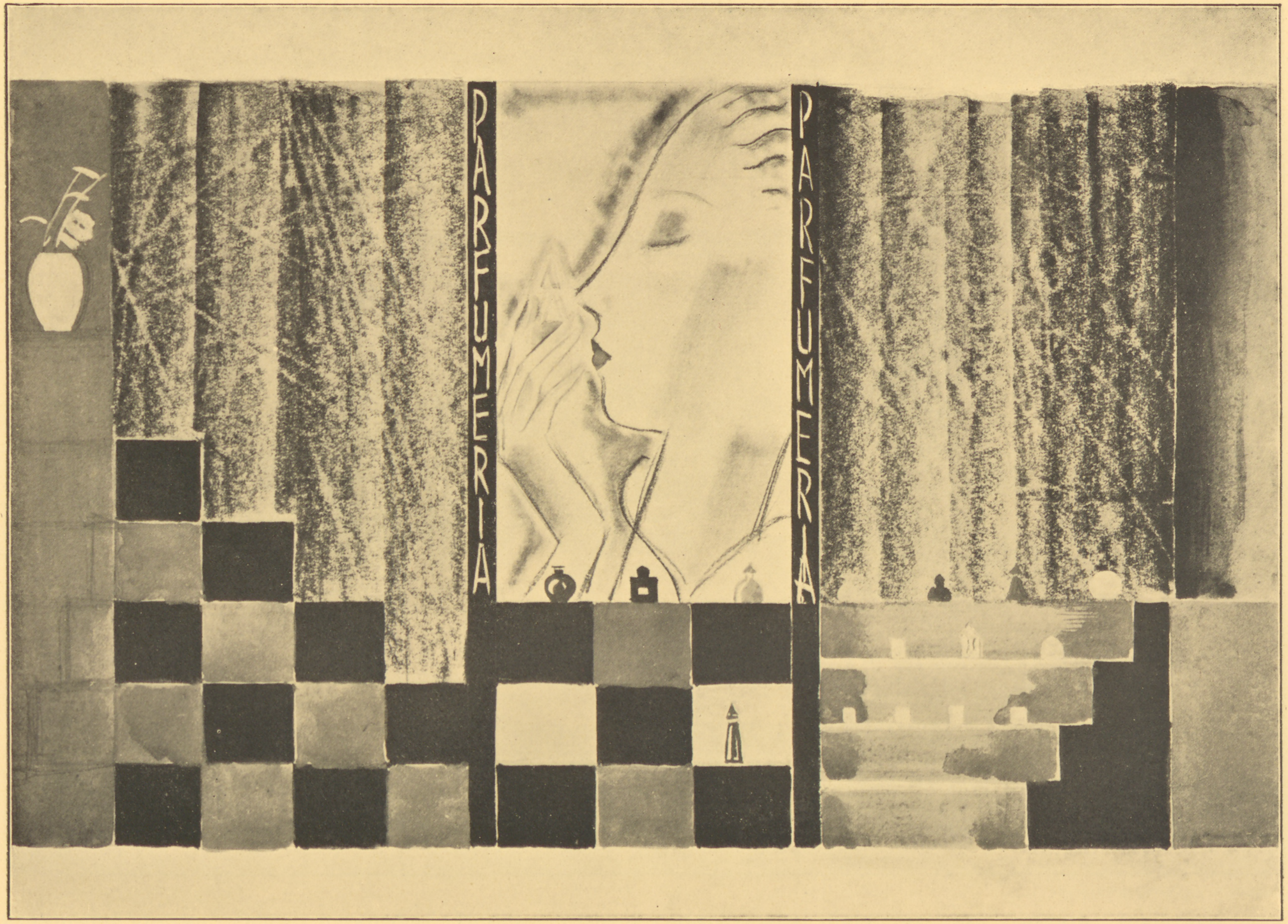


Projekt p. Studzińskiej — Poznań.

Stoisko w formie okna wystawowego. Przez ruch obrotowy figur, spowodowany specjalnym mechanizmem, eksponat staje się dostępny dla oka w całości, choć stoisko widziane jest tylko z jednej strony.

Nr. 5.

Perfumerja.

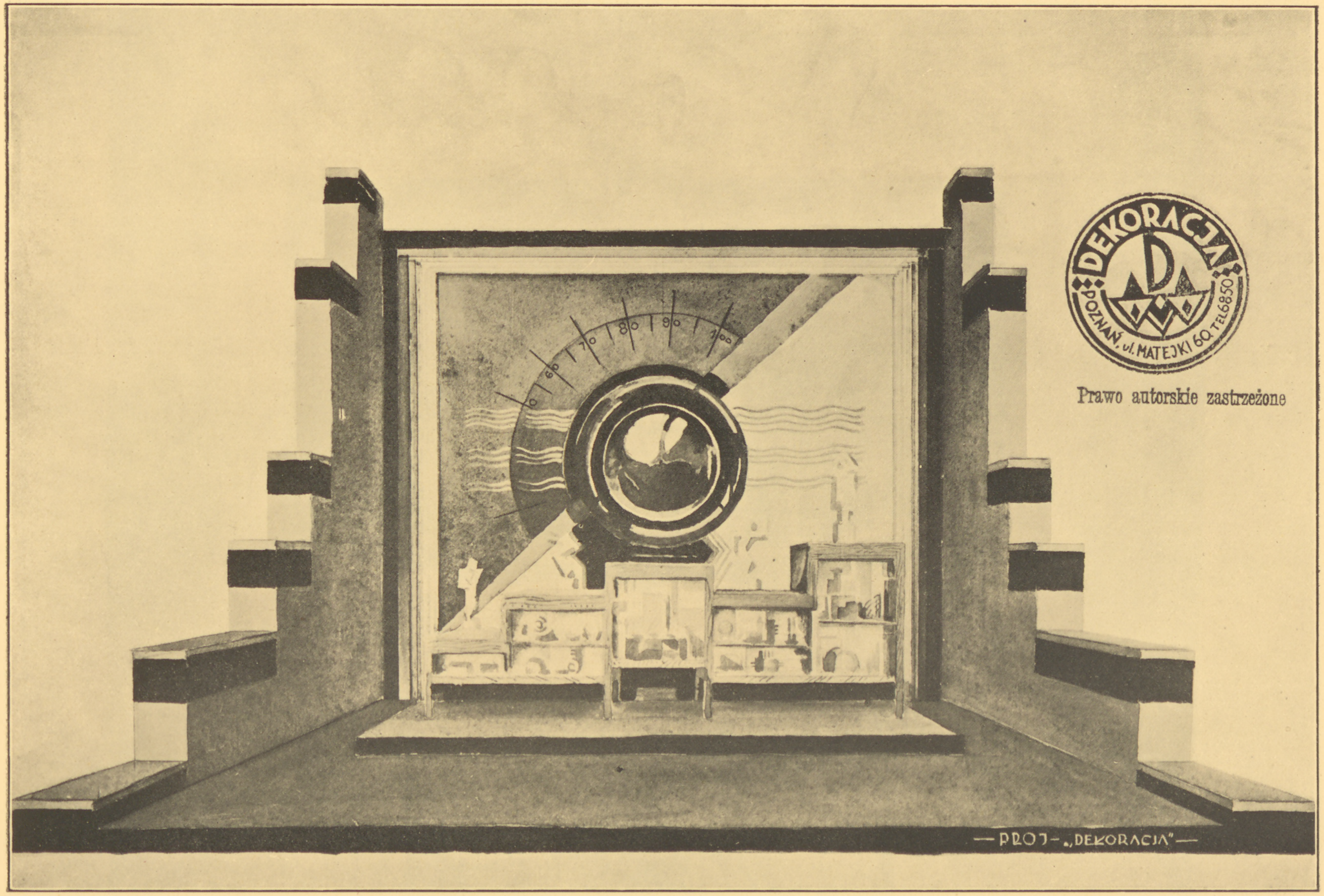


Projekt F-y Atelier — Poznań.

Stoisko przyścienne ujmuje oko widza prostotą i skupia uwagę na reklamującym obrazie środkowym. Całość stylowa i bardzo wytworna, nieprzeładowana eskponatami.

Nr. 6.

Radjo.

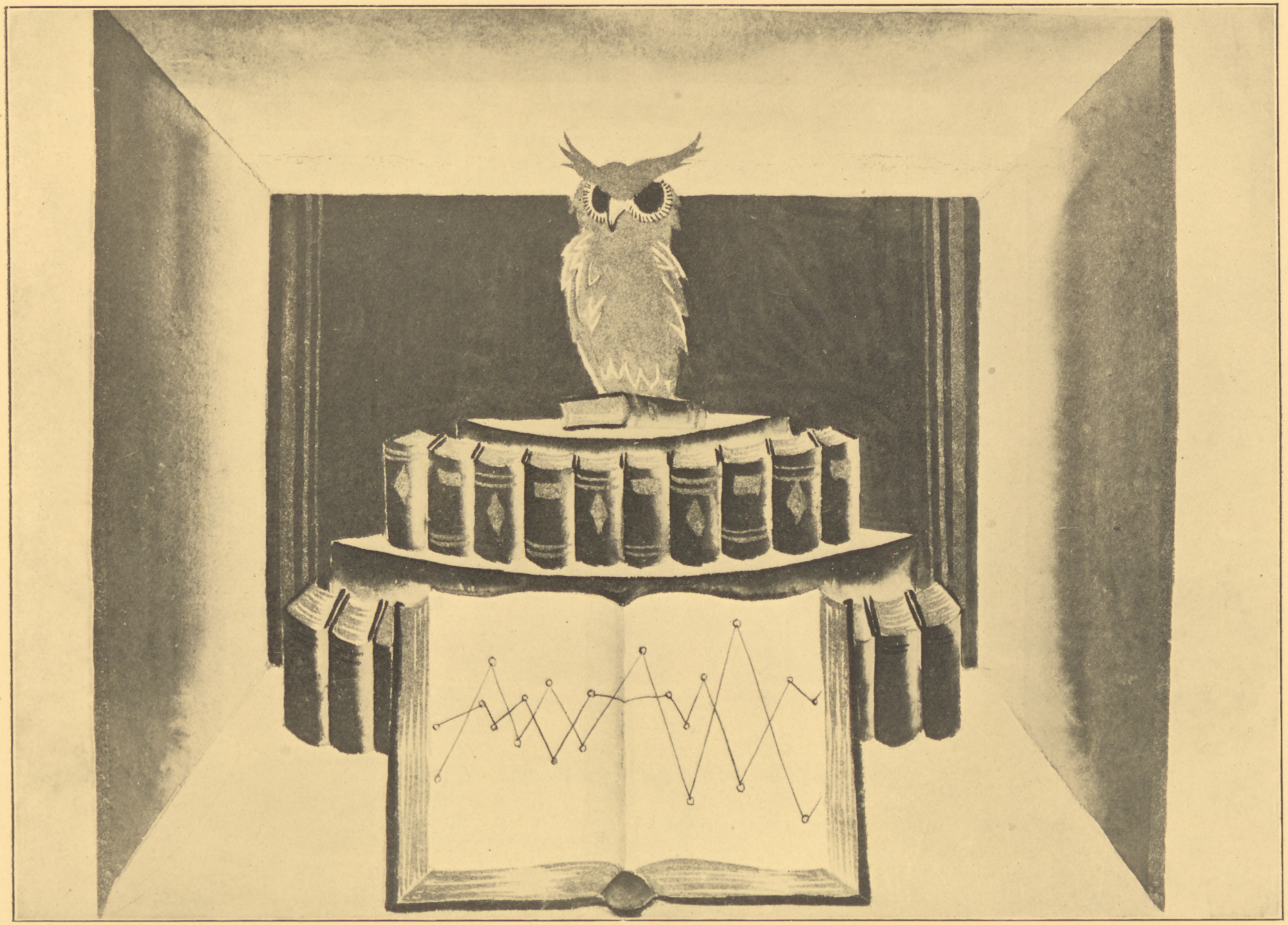


Projekt F-y Dekoracja — Poznań.

Efektowne stoisko, celowo urządzone. Budowa całości, nowocześnie ujęta, jest bez zarzutu. Podkreśla ona i wykorzystuje motywy i właściwości eksponowanych przedmiotów.

Nr. 7.

Wystawa książek.

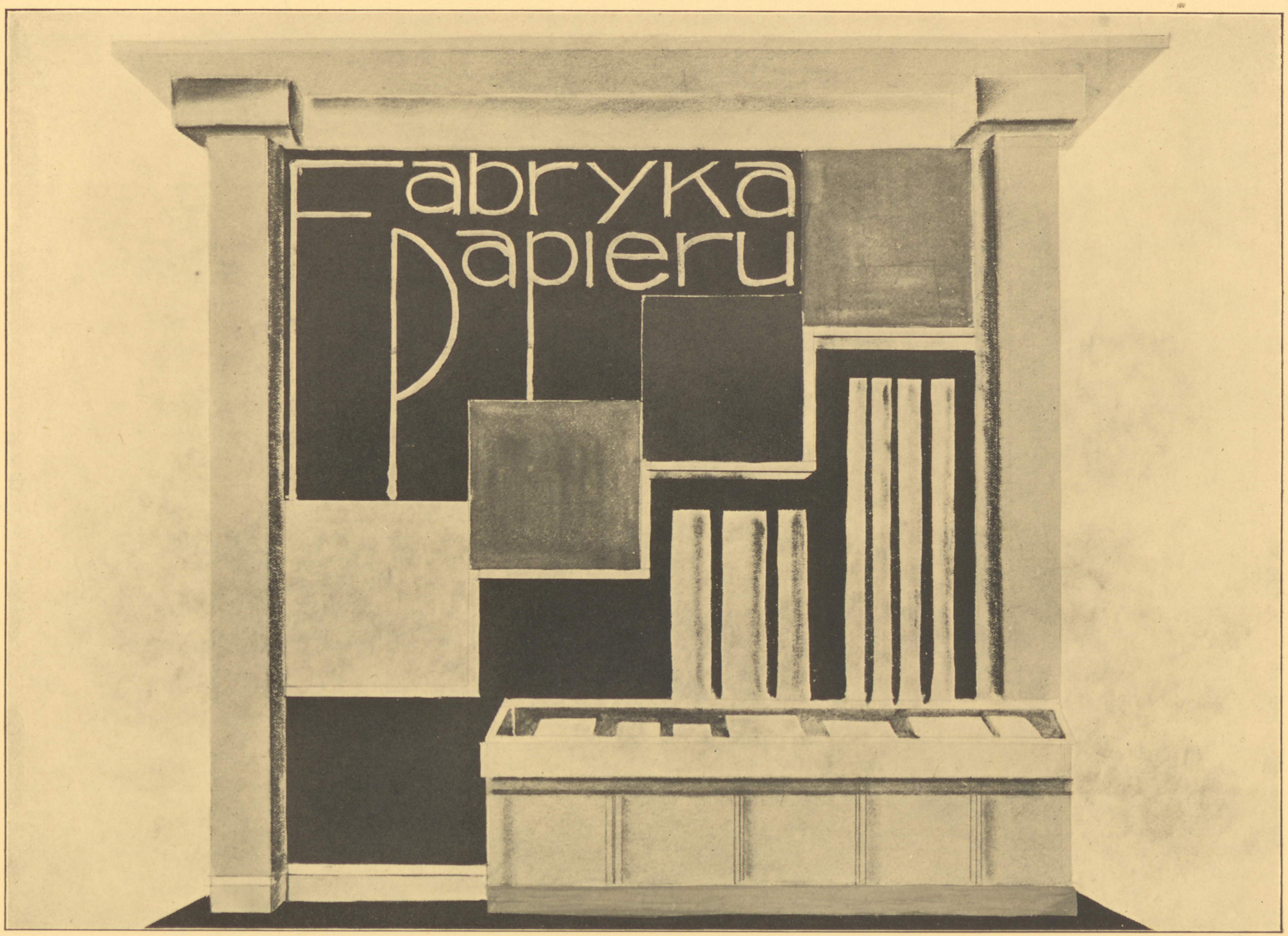


Projekt p. Pajzderskiej — Poznań.

Stoisko przedstawia w dekoracyjnej formie statystykę wydawnictw.

Nr. 8.

Stoisko w hali przemysłu papierniczego.

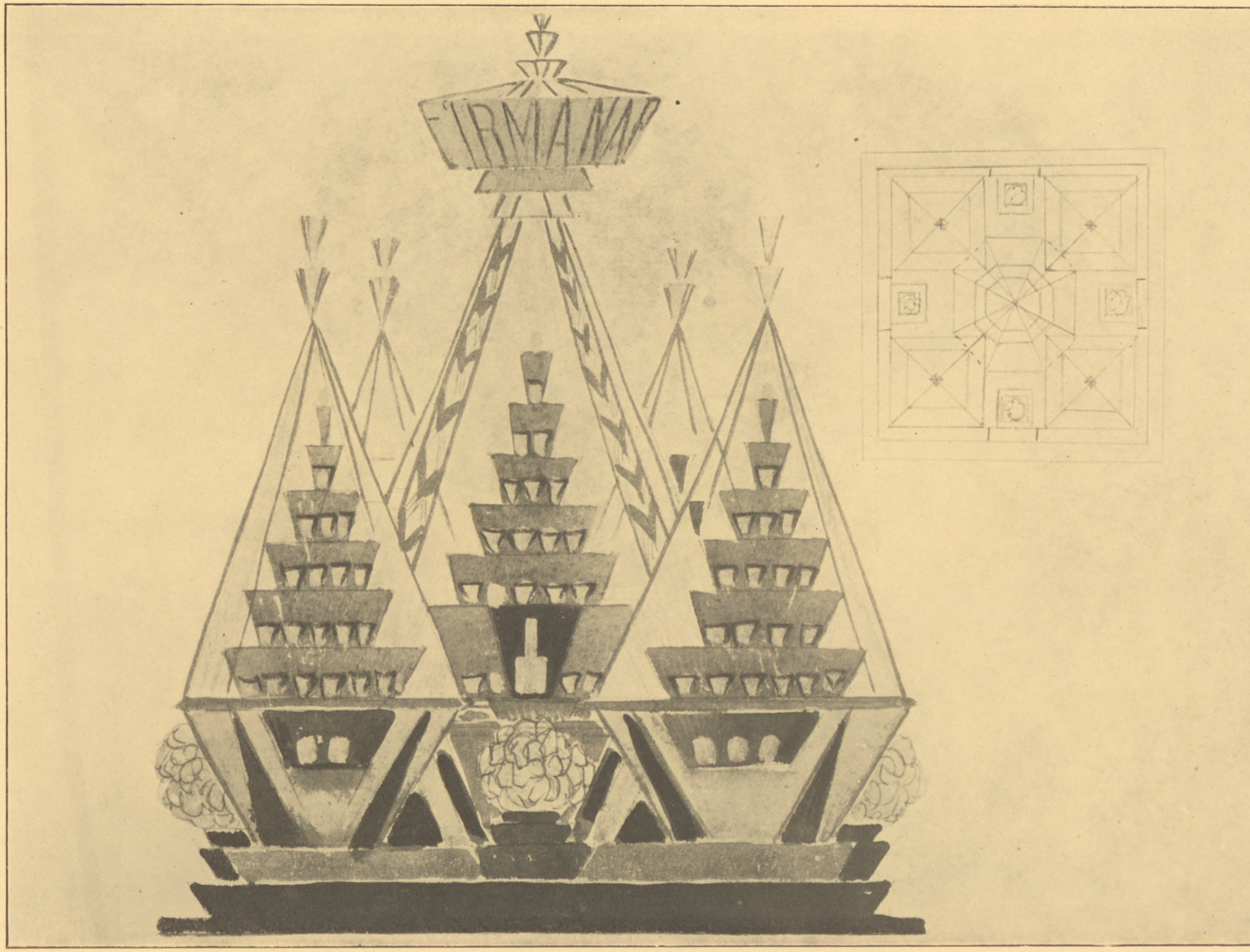


Projekt F-y Atelier — Poznań.

Stoisko wykazuje możliwość zareklamowania papieru w prostej formie przy pomocy światła. Eksponat wysuwa się na plan pierwszy, przez to spełnione zostaje właściwe zadanie każdego stoiska.

Nr. 9.

Stoisko w hali spożywczej.



Projekt p. Jarockiego — Poznań.

Stoisko widziane ze wszystkich stron, doskonałe pod względem architektonicznym, posiada dekoracyjne motywy o charakterze swojskim. Utrzymane we właściwych barwach, stanowi odpowiednie tło dla eksponatów.

Nr. 10.

Stoisko w hali przemysłu spożywczego.

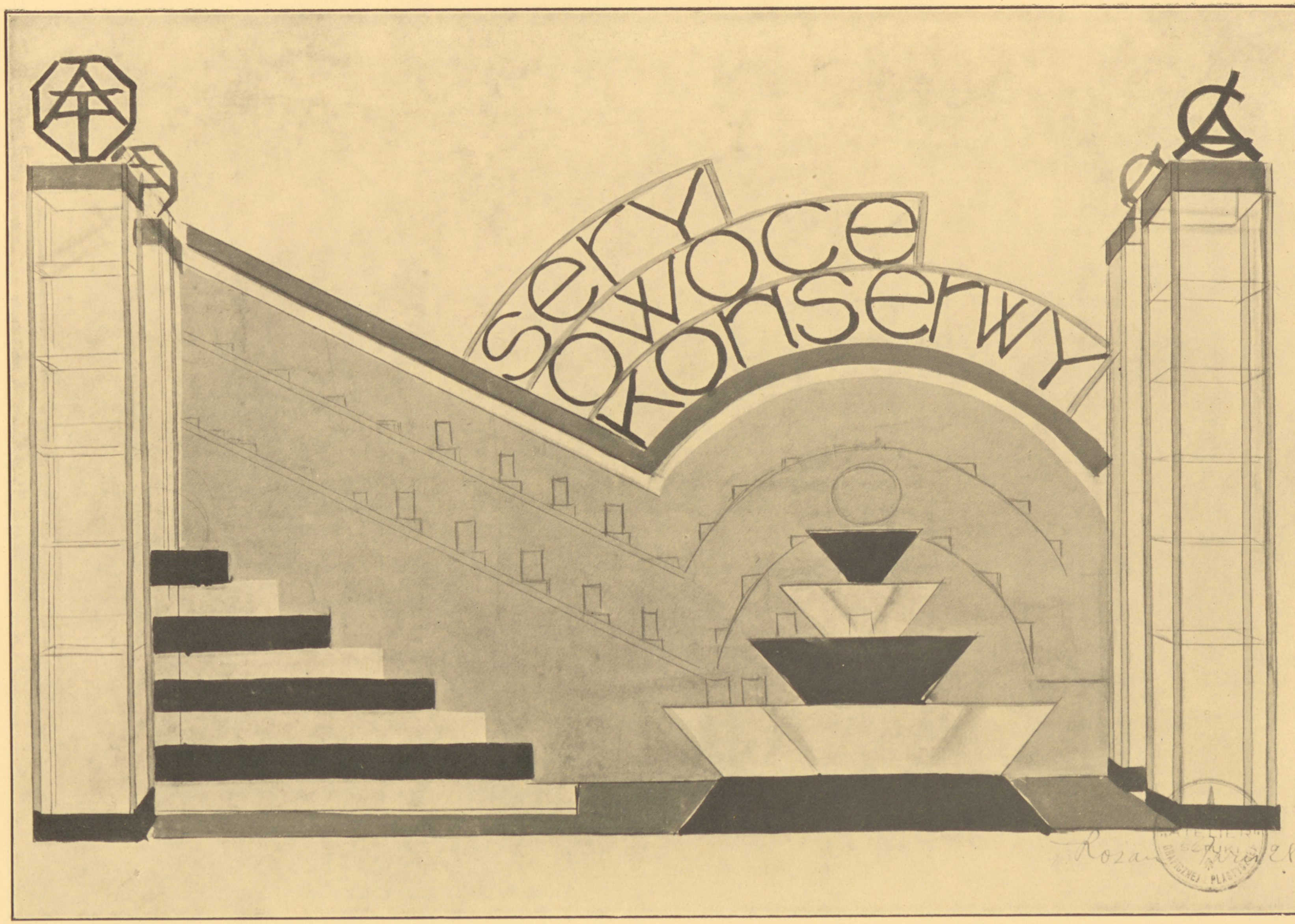


Projekt p. Nowickiego — Poznań.

Stoisko przyścienne rozwinięte ku górze w kształcie wielobarwnej, bardzo efektownej dekoracji z przejrzystego materjału, oświetlonego z wewnątrz. Półki dla eksponatów są rozmieszczone symetrycznie, a napisy firmy na właściwych, dobrze widzialnych miejscach.

Nr. 11.

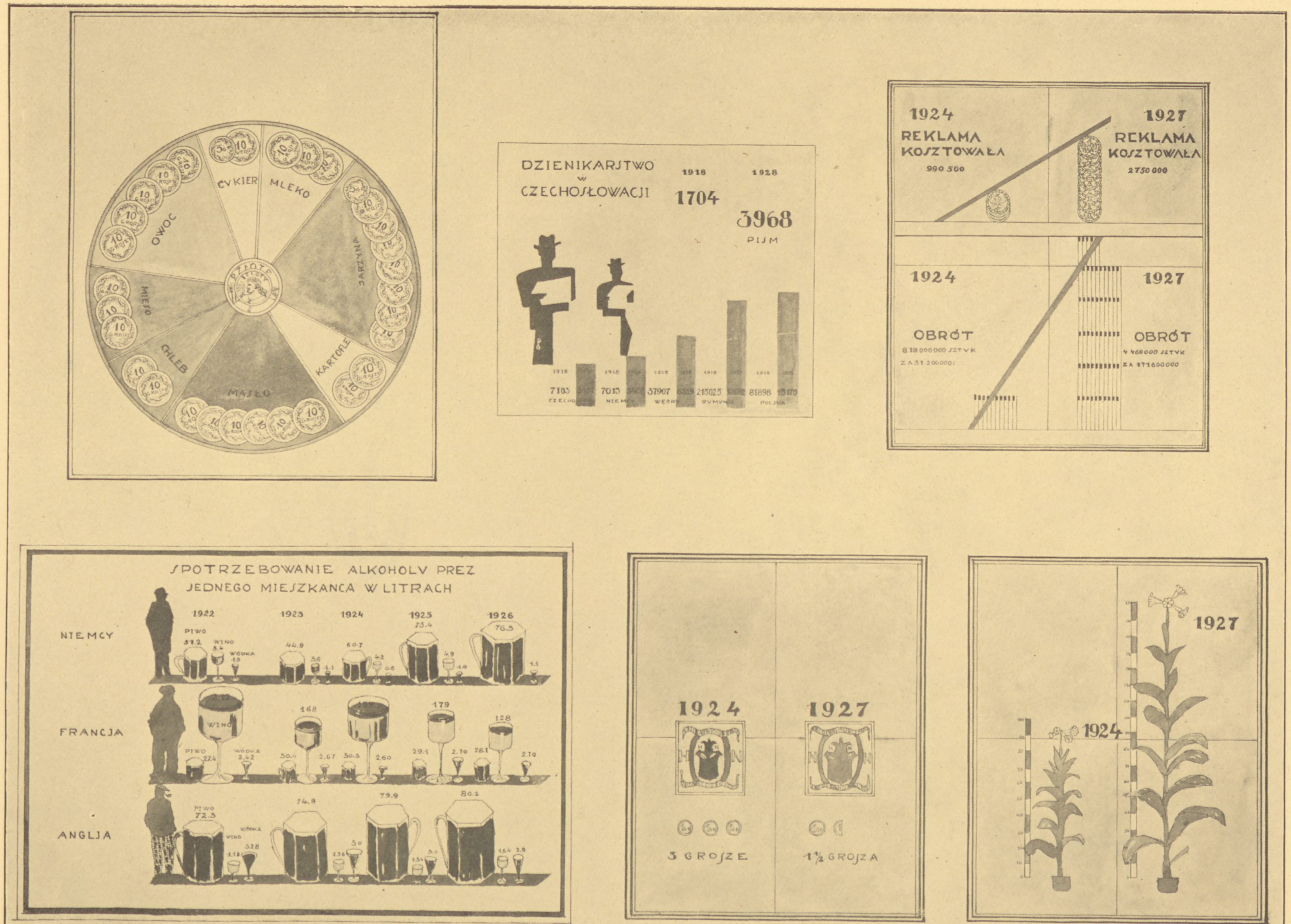
Stoisko w hali przemysłu spożywczego.



Projekt F-y Atelier — Poznań.

Doskonałe nowoczesne stoisko przyścienne, działające na widza prostotą w linjach i umiejętnem wyzyskaniem kolorów. Poszczególne półki oraz napisy ożywiają całe stoisko różnorodnością formy i barwnością.

Nr. 12.



Statystyka obrazkowa.

KLISZE I DRUK WYKONANO W DRUKARNI
ŚW. WOJCIECHA W POZNANIU